

A TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓ SZEREPE AZ ÉRTÉKREND ÉS AZ ÉLETMÓD ALAKÍTÁSÁBAN

Annyi izgalmas, minden bizonnyal érdekfeszítő és tartalmas okfejtés után mit is mondhatunk a tömegkommunikáció életmód alakító, értékrend befolyásoló szerepéről anélkül, hogy tényleges hatását alábecsülnénk, vagy feltétlen vitára ingerlően kicsinyitenénk le mellette más tényezőket, aránytalan és jogtalan kiemelés végett. Előljáróban elkerülhetetlen szólnunk magáról a tömegkommunikációról. Nem a teljesség igényével, csak azért, hogy utóbb közös nevezőre hozzassuk további mondanivalónkat.

A "jelenség", amelyre eleddig a találékony magyar nyelvi lelemény a használatos idegennél jobb megnevezést nem talált, a kommunikáció a tamperei egyetem közléselméleti professzora Nordenstreng megfogalmazása szerint az emberek közötti jelrendszerek segítségével történő információ-csere. A tömegkommunikációt viszont forrásvidékétől származtatva tömören, mint a "társadalmi tudatot kiszélesítő hálózatot" foghatjuk fel, fogalmazhatjuk meg. Ám e - tulajdonságaiból ítélve leginkább az iszalag vad és nemesebb fajtáihoz hasonlatos - "jelenség" a belőle és a köréje nőtt elméletek szerint a pusztá tájékoztatásnál, az orientációnál, az ismeretnyújtásnál vagy a kedvtelő szórakoztatásnál látensebb, ravaszabb funkciókkal is rendelkezik.

A kor sokmindentől rabul ejtett embere, ha némelykor - tudva vagy tudatlan - szenved is tőle, el sem igen tudja

képzelni létezését a nyomtatott sajtó, a rádió, a televízió nélkül. Azt meg különösen nem: milyen volt, milyen lehetett az az idő, amikor az emberi közösség a valamely okból védelmezett érdekeket kifejezni hivatott társadalmi értékeit nem az előbb említett eszközök közreműködésével igyekezett tartós normákként elfogadtatni, besúlykolni úgy, hogy az embereknek álmukból ébredve is hibátlanul, ugyanazok az alapértékek jussanak eszükbe.

Mint mondjuk az egykori rómaiaknál a pater familias szentsége, majd tartósan a férfi primátusa, később a tulajdon mindenhatósága, vagy napjainkban némely nyugati tudatipari termékben láthatóan és hallhatóan: vörös = kommunista = a világot fenyegető kíméletlen veszedelem minden létező és eljövendő rossz forrása stb. stb. De említhetnék saját példákat is, elég csak a magunk vulgarizált szematizmusaira, estereotípiáira utalni. Hogy mire fordítódik a tömegkommunikáció energiája, milyen tartalmakat és milyen módon, kik által érthető "jelek" bekapcsolásával és milyen eredményességgel, valamint egészében szívonatosan vagy színvonalatlanul közvetít-e a tömegkommunikáció, az a politikai hatalommal összefüggő tényezőktől kezdve az adott intézményrendszernél dolgozók egyéni adottságáig sokmindentől függ.

Erről az elfogadtatásról, besúlykolásról témánkat illetően többféle felfogás is létezik egyidejűleg.

Egyes szerzők a tömegkommunikációs intézményrendszer társadalmi értékeit és normákat elfogadtató szerepéről írnak. Azaz egy minden tekintetben nagyjából-egészéből kész értékrendszer közvetítőjét látják benne. Mások aktív értékteremtő szerepet tulajdonítanak neki. Az utóbbi években pedig egyre gyakrabban olvasni a tömegkommunikáció érték- és világképek-kultivációs hatásáról.

E kultivációs hatás lényegét tekintve megfelel a tömegkommunikáció egyik legsajátosabb tulajdonságának, amennyiben

a közlések és műsorok zuhataga éppen tömegességénél és a befogadókkal történő összetalálkozásának gyakorisága következtében az események vagy jelenségek megismertetésének, magyarázatának, Szecső Tamás szóhasználatával "vállalásának" az egyéni és társadalmi érdektűközések különböző módozatai viszsztatűkrözésének eszközével képes azokat nemcsak elfogadtatni, hanem éberén tartani, ismétléssel elmélyíteni, gondozni "kultiválni" is az egyéni és a társadalmi tudatban. Mindezt olyan "jelenségek" és "viszonylatok" tekintetében, amelyek teljesen vagy nagyjából megfelelnek a társadalom alapvető értékrendszerének. Azt már ezek után szinte fölösleges is hozzátennünk, hogy e kultiváció nemcsak kifejezni képes az alapértékeket, hanem törekszik is állandóan és folyamatosan stabilizálni azokat, a fennálló társadalmi rend védelme érdekében.

A vélekedések közül a magunk részéről egy köztes, de valójában a "késztermék" közönséges propagálásánál fontosabb, az egész tömegkommunikáció lényegét adekvátabban tartalmazó szerepfelfogást tartunk teljesnek: az értékformáló, érték-tisztító funkciót. Mindenekelőtt azért, mert úgy gondoljuk, hogy a mindenkori hatalmi-politikai viszonyokat viszsztatűkröző tömegkommunikáció, mint a hatalom eszköze, elsődlegesen nem maga teremti értékeket, hanem kiszolgálja az adott társadalom uralkodó osztályának érdekeit és az azoknak megfelelő alapértékeket igyekszik elfogadtatni. Másodsorban pedig azért, mert csak ebből a funkcióból származtathatjuk igazából mind a tömegkommunikáció, mint rendszer, mind pedig a kommunikátor, mint egyén relatív autonómiáját, azt a tényleges szuverenitást, amellyel - a társadalom primér értéktartományának szolgálatában elkötelezett újságíró, szerkesztő stb. - képes önállóan, személyesen, alkotóan és aktívan részt venni a társadalmi értékválasztás és elfogadtatás folyamatában, mintegy vissza is hatva arra.

Ugy gondolom, mind a tömegkommunikációtól általában mind az újságírótól vagy kommunikációs termékétől konkrétan hiába kérnénk számon a politikai hatalmat gyakorló funkcióját, az

össztársadalmi érdek mindig és minden körülmények közötti képviselését, azaz olyan szintézisek megalkotását, amelyekre egyébként is képtelen.

Miként arról már szoltunk korábban, a tömegkommunikációnak - működésének társadalmi szinterén - az uralkodó gondolkodásmód megőrzését, olykor a hatalmi berendezkedésnek megfelelő megújítását, máskor az objektív valóság hatására megváltozott körülményeknek megfelelően a társadalmi tudat reformista modernizálását éppúgy el kell "végeznie", mint mondjuk működésének egyéni szintjén a befogadók igényeinek szolgálatát, a tájékoztatást, a nevelést, a szórakoztatást, amiket maguk a tömegkommunikációs eszközök is szívesen tesznek saját működésük céljává.

Meg kell jegyeznünk azonban a következőket: a fennálló gondolkodásmódok, az élet- és cselekvésmódok gyakran annyira elavultak, régivé váltak, hogy a társadalom alapintézményeinek és hatalmi szerkezetének igényeit már nem elégíthetik ki. Így vagyunk mi például a női egyenjogúsággal, amelynek politikai és gazdasági feltételei adottak, a termelési élet szempontjából szükségesek, és társadalmi szinten gyakorlatilag már érvényesülnek is, ám a családon belül a férfiak és nők felfogása saját szerepükkel kapcsolatban többnyire még mindig középkori. Ilyenkor, a változás eszközeként mozgósítható a tömegkommunikáció, hogy felrázza a fennálló gondolkodásmódot az egész rendszer működésének szempontjából előnyös vonások elterjesztése, fejlesztése érdekében.

A tömegkommunikációs eszközök gyakorlatilag ritkán teljesítenek csak egy meghatározott feladatot. Így tehát egyszerre integrálnak, rögzítik az értelesszerkezetet, miközben táplálják a szellemi frissességet és alkotótevékenységet, gondolkodásra és cselekvésre serkentenek.

A tájékoztatás, az oktatás, a szórakoztatás mint a tömegkommunikáció feladatköre az egyén szempontjából közvetlenül el-

igazító, bizonyos fokig vita- és véleménycsere-fórum, amelynek révén a valóság az egyén számára elérhető távolságba közvetíthető.

Okvetlenül említést kell még tennünk, ha igencsak vázlatosan is, a tömegkommunikáció hatásáról, hatékonyságáról. Mindezekelőtt arról, hogy a hatékonyság-fogalmat gazdagabban, a tömegkommunikáció egész rendszerének társadalmi hatékonyságára vonatkozva használjuk, beleértve a többi ismeretközvetítő társadalmi intézményt és a kultúráközvetítés hagyományos és modern eszközeit is. Tartalmilag e hatás legfontosabb jellemzője a fennálló politikai hatalmat támogató ideológia fenntartása, amellyel a társadalom megfogalmazza önmagát, értelmezi életét, életvitelét és értékrendszerét, világnézeti és erkölcsi felfogását. Innen nézve válaszolható meg az a kérdés: milyen önállósággal és milyen értékeket, normákat, életmód- és viselkedésmintákat tűz a társadalom elé, illetve kultivál a tömegkommunikáció.

Itt ismét utalnunk kell a relatív autonómiára. A tömegkommunikációs eszközök nem függetlenek a társadalom egyéb intézményeitől. Eszközjellegük következtében nem kezdenek el önkényesen megváltoztatni a fennálló értékrendet, a gondolkodás-, élet- és viselkedésmódokat, mivel ugyanazokhoz a társadalmi eszközökhöz és intézményekhez kötöttek, amelyek együttes hatásukkal /természetesen ezek fejlődését is belekalkulálva/ fenntartják a politikai hatalmat, sőt, nem lebecsülhető befolyással vannak tevékenységére és hatására a különböző gazdasági, kulturális vagy akár tömegkommunikációs érdekcsoportok is.

Mindezek alapján azt kellene mondanunk, hogy a tömegkommunikáció közvetlen hatásának lehetősége az ismeretek, értékek, gondolkodási és viselkedési szabályok direkt és mögöttes jelentéstartalma megváltoztatására meglehetősen csekély és elsősorban a politikai hatalom szándékaihoz kötött. Az ismétléssel a különféle csatornák összehangolt működésével azonban

hosszú távon folyamatos hatáskiváltásra és változtatásra képes a tömegkommunikáció, feltéve persze, hogy a hatások összhangban vannak a személyes tapasztalattal is. Végezetül a hatásmechanizmust bonyolítja még, hogy az egyes tömegkommunikációs eszközök jellegüknél fogva, eltérő hatékonysággal dolgozhatnak, lévén hogy az újságot olvassák, a rádiót hallgatják, a filmet vagy a televíziót pedig nézik stb.

Nálunk az utóbbi években a társadalmi fejlődés olyan tempósabb időszaka zajlik, amelyben az előzőekhez képest nemcsak a lehetősége, hanem a jelentősége is nagyobb a legitimált, normateremtő és értékrendet gondozó munkának. A mögöttünk levő tiz esztendőben felerősödő távlati társadalmi tervezéstől kezdve, a párt programnyilatkozata célkitűző tevékenységéig, a szocialista demokrácia térnyerő alakításától a jónéhány évre, esetleg évtizedre szóló feladatokat összegező párthatározatig - mint a tudománypolitikai, vagy a közművelődési határozat, a munkáosztály helyzetével vagy az ifjúságpolitikával foglalkozó állásfoglalás, a termelési szerkezet átalakítását célzó határozat, hogy csak néhányat említsek példaként - a nálunk lezajló ideológiai-politikai folyamatok legmarkánsabb vonulata rendre értékalternatívákat sorakoztat fel, értékválasztásokat tartalmaz. Igazából azonban még hosszabbra nyújthatnánk annak a napjainkra már három és fél évtizedet felölelő időszaknak a határát, amelyben hatalmas forradalmi változások, földrengésszerű nagy átrendeződések zajlanak le hazánkban. Ezek alatt most nem is a legalapvetőbbeket, hanem az azok következtében okszerűen előálló életmódbeli, értékrendbeli, erkölcsi és politikai elmozdulásokat értem, köztük néhány olyat is, amik ugyan megtörténtek, vagy épp most történnek, de nem lettek volna vagy nem lennének szükségszerűek, némelyek pedig egyenesen negatívak, hátráltatóak és inkább fékek, nehezekek az előremozdulásban, sem mint kedvező impulzusai a lendületnek.

Legközelebbi múltunk, különösen az utóbbi négy-öt év persze nem kizárólag az értékalternatívák és választási lehetőségek számát szaporította. Korábban is léteztek, most is akadnak

értéktorzulások, negatív értékek, amikor kellő kontroll hiányában egy-egy részérdek rákényszeríti a maga részértékeit az egész rendszerre. Sőt, a gazdaságfejlesztés intenzifikálásának felgyorsítása, a népgazdasági egyensúlyunkat tartósan veszélyeztető cserearányromlás, kül- és belgazdasági gondjaink, különösen az ipari infrastruktúrát illetően halmozódó elmaradásunk, a bonyolultabb nemzetközi helyzet, amely reális helyzetmegítélést, nagyfokú alkalmazkodási képességet követel, összességében nemcsak szorongásokat, bizonytalanságokat, növekvő információ-éhséget idézhet elő, hanem - rövid távon - az értékvesztés veszélyeit is felidézheti.

Más korszakokhoz hasonlítva tehát még nagyobb mértékben válik szükségessé, vagyis értékké a társadalmi tudatosulásnak, önismeretnek és tudatosságnak az igénye.

Társadalmunk, mint fejlődő társadalom a jobb és jobb minőségű, emberibb létezés felé halad. Értéktudatának szubjektív értékrendjének nagyobb mozgástere van, bár lehetőségeit behatárolják objektív viszonyai, gazdasági és társadalmi fejlődésének erővonalai. De rendelkezik azzal az adottsággal, hogy felismerje e hatások közötti alternatíváit, és hosszabb távon érvényesítse felismeréseit, pályájának tudatos alakításában.

E nagyobb mozgástér természetesen nagyobb tévedési lehetőségeket is rejt magában, mind az értékek felismerésében, mind pedig érvényesítésükben.

Az átmenetből, az átalakulásból, ami még eltart néhány évtizedig, az is fakadhat, hogy a társadalom - ahogy Hankiss Elemér írja - "két malomkő, két létforma, s következésképpen két objektíve érvényes értékrend közé kerül: a jelenlegi, adott - és a jövőbeli -, a megvalósítandó létforma, illetve értékrend közé."

E két értékrendet és részleges ellentétüket mint egy sajátos feszültségforrást is tételezhetjük, amennyiben könnyen konfliktusba kerülhet egymással a társadalom, illetve a jövőbeli optimális értékrendet képviselő, irányító réteg. De ez a réteg is kényszerülhet arra, hogy a jövőbeli létforma és értékrend irányába hatalmi és más eszközökkel terelje a társadalmat. A "hatalmi és más eszközök" között átélve ezeket a konfliktusokat és viselve következményeiket ott van az egész tömegkommunikáció öntörvényű belső hullámzásaival, saját konfliktusaival, sajátos közérzetével együtt. Szerepvállalása egyáltalán nem-könnyű.

Nos, e rövid, inkább vázlatnak szánt bevezető után feltehetjük a kérdést: hogyan viselkedik és hogyan kell viselkednie, milyen magatartást kell tanúsítania, milyen szerepet kell vállalnia és betöltenie a hazai tömegkommunikációnak?

Azt tényként állapíthatjuk meg, hogy a tömegkommunikáció közvetlen kultúrahordozó, kultúrákvetítő értékrend és életmód alakító szerepe jelentős. Viszonyítás kérdése is egy kisé, bőség-e, vagy szűkölködés-e inkább, hogy országunk lakosságának több mint fele szinte kizárólag azokkal a kultúrális eszközökkel él, amelyeket az otthon kereteiben tud megszerezni és alkalmazni. Véleményem szerint jobbára az utóbbi, ha visszafelé nézve örülnünk is kell bizonyos értelemben ennek a ténynek.

Néhány időmérleg-vizsgálat szerint például az emberek többsége a munkára, az alvásra fordított idő után harmadik helyen a televízió nézésre szakítanak legtöbbit. Pusztán ebből a tényből vajon következtethetünk-e arra, hogy a televízió határozza meg az életrendet, az életmódot? A tömegkommunikáció szociológiájával foglalkozó szakemberek egy része esküszik arra, hogy a mindennapi lét időbeosztásában determináló hatása van a tömegkommunikációnak, elsősorban a televízióknak, a rádióknak, de bizonyos fokig a sajtónak is. Mi mégis

azt mondjuk: az életmódot alapvetően nem a sajtó, a rádió, a televízió és nem a kulturális műhelyek határozzák meg, hanem a gazdasági, a társadalmi és a kultúráltsági viszonyok, mint ahogy az életmód változásának elemzése és befolyásolása, a megoldásra váró kérdések valódi megértése és ennek alapján a lehetséges megoldási utak felkutatása is csak a gazdasági-társadalmi folyamatok összefüggéseinek együttes szemléletén nyugodhat.

Az életmódot vizsgálva a társadalom egészében kell gondolkodnia mind a szaktudományoknak, mind a tömegkommunikációnak, amelynek szerepe az előbbieik ellenére sem lebecsülendő. A feladatot nehezíti, hogy az eleven társadalom összefüggésrendszerében megjelenő - és a tömegkommunikáció által még fel is erősített - életmód-jelenségek nemcsak a jelen összetett folyamatai által meghatározottak, de a "halott" vagy "tetsz-halott" múlt örökségeit, hagyományok hatásait is hordozzák. Így tehát a valóságos megértéshez és a helyes cselekvés meg-alapozásához a múltat és a jelen is egységben kell szemlélnünk, márcsak azért is, mert a jelen a történelmi folyamat állandóan meghosszabbodó végtelen vonalának csupán jelentéktelenül kicsiny "végződése".

Az a véleményem, hogy a hazánkban folyó életmód-kutatások és eredményeik tömegkommunikációs áttétele a szélesebb és főleg az alapvető vagy létfenntartó értékek mennyiségében nem bővelkedő közönséghez való eljuttatásuk, a követendő és tömegesen követhető, tehát gyakorolható életelvek interpretálása még nem nagyon történt meg, ha kísérletek akadtak is.

Hazai tömegkommunikációnk gyakran kritikusan szól az életmódról. Ez önmagában nem lenne hiba. Egy adott állapot kíváncsú irányú változására nemzeti történelmünk legprogresszívabb személyiségei is alkalmazták az ostromozó kritika serkentő gyógyírját. Ám ha igazságmag van is bennük, ezek a kritikus közelítések sokszor túloznak. Jelenleg kritikával legfeljebb a viszonyok alakulásáért felelő döntéshozókat és a végrehajtás-szervezőket kell illetni, akiknek van mit megcselekedni az el-

méletileg olyan kifogástalan állapotok gyakorlati megteremtése érdekében.

Igaz, hogy sok ember él üresebb, tartalmatlanabb életet, mint amilyent a társadalmi és adott egyéni anyagi körete valószínűleg lehetővé tenné. Igaz, hogy az igénytelenség hűtőfű sárkányát sok negatív, a szubjektumban is rejlő körülmény táplálja. Igaz, hogy a felismert célok, a minőségi élet valamennyi kívánalmának realizálása rendkívül lassan, ellentmondásosan halad előre. A társadalmi közegben /az általános műveltség-től, szokásoktól kezdve a mindennapi kultúra ismert állapotán át a társadalmi értékrendig terjedő széles területen/ olykor érezhető közegellenállás is érvényesül. De túlzás azt mondani, hogy a lakótelepeken vademberek élnek. A türelmes nevelői alapállásnak ellentmondó, mindazoknak a megszegésénél, akik a nagyobb egységet képviselő életminőség egyik tényezőjének az anyagi javak megteremtésének szükségében kevesebbet törődnek saját életminőségük, életmódjuk más tényezőivel. Akinek az a gondja, hogy albérletben, egy szobában több családdal együtt közös lakásban él, vagy hogy valamiképp önérték és emberiségkárosodás nélkül átvészelve az ingázás évtizedeit, annál - kivált ha elmaradottabb is - egészen más visszhangra talál a tömegkommunikáció hirdette életmód és életvitel "elvárások", mint annál, aki már túljutott az elemi gondokon. Ugyancsak más füllel fogadja jó tanácsainkat a meglehetősen széles kispolgári réteg. Számukra ezek a viszonyok tökéletesek, változtatni nem kívánnak rajtuk, sőt szorongva fogadnak minden változtatási törekvést, hiszen azokban "berendezett", "megszokott" világuk, érdekeik elvesztését vélik felfedezni. Az életmóddal foglalkozó tömegkommunikációnak tekintetbe kell vennie ezeket a különbségeket. A gyakori ítélkezés, kinyilatkoztatás és prédikáció helyett emberibb és közvetlenebb segítségül szolgálna a valóságos élet bemutatása, az emberek tényleges életmódjában, cselekedeteiben cipelt ellentmondások megvilágítása és feloldása. Nem is beszélve a devianciáról.

A létezőtől a jövőbeli életmód felé vezető úton araszolva haladókat ma is kevesebb eséllyel érthetjük meg és támogatjuk, ha "kivülről" és "felülről" közelítünk hozzájuk, ahogy azt nem egyszer tömegkommunikációnk teszi.

A nagy tömegek számára elérhető közelségbe került fogyasztási javak megszerezhetőségének élménye az elmúlt két évtizedben kétségtelenül torz, idegen hajtásokat is eredményezett. A legutóbbi években éppen e növekvő-bővülő fogyasztás mellett már hosszabb ideje tartósodott és előrehaladásunkkal egyre anakronisztikusabbá vált környezetünk számos területen megfigyelhető hanyatlása, s a lakosságban a visszaesés közérzetét sugárzó számos súlyos visszássága. Ezek első reakciójaként olyan kritikák kaptak hangot, amelyek az egész folyamat meg nem értéséről tanúskodtak és az erkölcsi életvitelbeli útvesztők forrását a viszonylagos jólétben vélték felfedezni.

Napjainkban viszont olyan nézetek találhatók, amelyek szerint a szocialista erkölcs és különösen az életmód kérdéseiben mindaddig nem lehet előbbre lépniünk, amíg gazdasági nehézségekkel birkózunk, s nem tudjuk szavatolni az életszínvonal korábbi években megszokott ütemű fejlesztését. E nézetek hangoztatói először is figyelmen kívül hagyták, hogy az életmód nem utolsósorban a munka módja is: az egész életvitelében kultúráltan élő ember képes csak igazán kultúrált munkavégzésre, mint ahogy a magas színvonalú munkakultúra eredményezhet igazán emberi- társadalmi teljességet.

Az az igazság, hogy minél fejlettebb gazdaságilag egy társadalom, annál inkább képes arra, hogy szocialista viszonyok között, emberi életformákat kínáljon.

Jelenlegi gazdasági helyzetünk és életszínvonal-politikánk közepette igenis mód van arra, hogy akár jelszószerűen is megfogalmazzuk és a tömegkommunikáció bekapcsolásával a köznapit tudatba plántáljuk társadalmi, emberi környezetünk

javitásának programját. Az ember és ember viszonya, a szocialista életmód tényleges alapkérdése nem szorulhat háttérbe tömegkommunikációs eszközeink egyikében sem.

Ma a tömegkommunikációnak mi más lenne az egyik legégetőbb tennivalója, mint az, hogy az életmód alakulásának ezeket a fázisait, fokozatait, ezt a lépcsőzetességet, melyben az egalitás erősödik, a valóságnak megfelelően ismerje, tükrözze, fejlődésében kövesse és igényeit, ajánlásait tisztességesen jobbitó bírálatát hozzá igazítsa.

Áttérve az értékalakítás, értékformálás, értéktisztítás és gondozás kérdésére azt mondhatjuk: a szocialista társadalomban a tömegkommunikációs eszközök kultúra-közvetítő, értéktisztító és értékformáló szerepüknél fogva jelentős mértékben járulhatnak hozzá az új társadalom sajátos, a polgári társadalmakétól eltérő értékeinek meggyökereztetéséhez.

Meglehetősen bonyolult körülmények között alakult hazánkban az alapvető és magasrendű értékek változása, valamint a teljességgelvű értékrend társadalmi hatása. A különböző, olykor egymásnak is ellentmondó tendenciák természetesen tükröződtek a tömegkommunikáció érték-kultivációjában is.

A 60-as években, amikor a gazdasági feltételek és társadalmi körülmények ezt lehetővé tették, bizonyos fokig az alapvető értékek, az anyagi javak kerültek előtérbe. Ezt a tömegkommunikáció részben mint az életszínvonal emelkedésének, a jólét terjedésének jelenségét kedvezően fogadta. Ugyanakkor - emlékeztetve például a fridzsider-szocializmus vitára - erőteljesen védelmébe vette és előretolta a teljességgelvű értékrend tényezőit. De az anyagi javak megszerzésének és felhalmozásának jelentősége - ha nem is olyan gyorsan, hiszen sok jogos és kielégítésre váró igény van még - az értékhierarchiában is lejjebb csúszik majd. A tömegkommunikáció ebben a folyamatban részben csak visszatükrözi az állapot-változásokat, másrészt - megítélésem szerint - meglehetősen ellentmondásos, kettős szerepet

játszik. Bizonyos megnyilatkozásaival az anyagi javakat a társadalom értéktudatában valóságos helyükre igyekszik tenni, másrészt széles tömegek előtt - olykor talán akaratlanul és közvetetten - továbbra is a presztizs értékrend követését sugallja. Egy harmadik hangsúly az utóbbi években kezd felerősödni: ezt jobb híján a jövőbeli értékrend anyagi, társadalmi feltételrendszere sürgetésének tudnám nevezni. Ez az "előrehozási" szándék a létező /és főleg egyéni természetű/ anyagi értékhierarchia devalválásában, és többek között olyan közösségi szolgáltatú létesítmények szorgalmazásában nyilvánul meg, amelyek mint törekvések, célok tartalmilag nem kifogásolhatók, de gyorsított ütemű megvalósításukra, megteremtésükre a társadalom mostani teljesítőképessége még nem elegendő.

A személyiség-értékeket tekintve, megítélésem szerint az előbbieknél egyértelműbb, pozitívabb szerepet tölt be a tömegkommunikáció. Portréival többnyire nemcsak egy társadalmi méretű, kissé személyiség-ellenes hiedelmet igyekszik eloszlatni, hanem nagymértékben segíti is a személyiség-fejlesztés folyamatát, a sokoldalú és önálló személyiség beépülését a társadalmilag fontos értékek sorába. Legelőbbre talán olyan személyiségjegyek, mint az erős szuggesztivitás, az akarat, az önfegyelem, a kivételes képességek vagy adottságok /néha egyéni kuriózumok/ tekintetében, de csirájában már mind többször az emberiesség, az empátia, jólelkűség stb. vonatkozásában is. Aligha lehet kétséges, hogy a tömegkommunikáció e hatásokkal a gazdag és önálló személyiség célértékké emelése érdekében az átlagosnál is többet tesz.

Az eddig, ha csak vázlatosan is áttekintett értékek tömegkommunikációs gondozásának minősítésénél jóval bonyolultabb feladatot jelent a társadalmunkban igen fontosként kezelt munka "értékének" tömegkommunikációs kultivációját vizsgálni. Mindenekelőtt azért mert a marxi felfogás a munkát elsősorban, mint az ember által megtermelt, előállított javak és ezek értékének forrását, valamint mértékét kezeli. A munka, mint tapasztaljuk értékként él az emberek tudatában. A tömegkommunikációs eszkö-

zők összességében szintén e szerint az uralkodó köznapí értelmezés szerint az értékhierarchia csúcsán helyetfoglaló legfontosabb értéként gondolják.

Ez a - különben elismerést érdemlő - tevékenység azonban meglehetősen egyoldalú, hiszen fókuszában a munka elsődlegesen csak mint a létfenntartás nélkülözhetetlen eszköze jelenik meg, legtöbbször közvetlen gazdaságpolitikai érdekekkel, célokkal párosulva. Így a munkaértékkultiváció a termelési, jobb esetben a gazdaságpolitikai agitáció direkt eszközeivel él. Ez önmagában nem lenne baj. A munka a mi társadalmi fejlődésünk mai szakaszában is elsődlegesen a megélhetés eszköze, sokak számára a pénzkereset kényszerétől vezérelt tevékenység. A politikai ideológia interpretációját követve korábban mint a legpozitívabb célértékeket szolgáló eszközértéket, a sajtó, a rádió és később a televízió a munkát "becsület és dicsőség dolga"-ként állította be. Majd felerősödött a munka szubjektív értékelése, s a tömegkommunikációnk is szerveesebbé tette a munka és jövedelem szorosabb összefüggéseit. Ez a 60-as években az érdekviszonyok reális mérlegelése következtében azzal jelentkezett, hogy a tömegkommunikáció is visszaállította a munkának, mint pozitív eszközértéknek az 50-es években oktanulul megrendített pozícióját. Így az előbbi megközelítés kiegészült a következőkkel: "nem árt, ha megfizetik".

A 70-es években figyelhettük meg az egyes munkák társadalmi szinten erőteljesebben eltérő értékelését. Gazdasági fejlődésünk szinte törvényszerűen hozta magával, hogy a munkavégző egyéni hozzáállásától, szubjektív szándékaitól függetlenül bizonyos munkák értékesebbé, mások értéktelenebbé váltak. Tömegkommunikációnk azonban eléggé óvatos. Nem áll ki még ma sem kellő határozottsággal az összetettebb, tehát nagyobb, általános és szakmai felkészültséget igénylő, társadalmilag értékesebb munka mellett. Az egyszerűbb munkatevékenységet, amelyhez az újságírásban még sok örökzöld sablon tapad, differenciálatlanul, viszonyítások nélkül kezeli.

Nem kevésbé könnyen birkózik tömegkommunikációnk a fizikai és a szellemi munka értékeinek objektív, tendenciájában is helytálló interpretálásával. Igaz, értékük mind a tudatban, mind pedig a piacon állandóan változik. A fizikai munkát sokan öntudati tényezőként tartják számon, bár mind a munkás-ság, mind a parasztság inkább a közhiedelem szerint általában nagyobb lehetőségekkel kecsegtető szellemi munkát teszi cél-értékként utódai elé. És a sajtó, a rádió, a televízió nehezen talál helyes utat, mivel gyakran maga sincs tudatában az érvé-nyes értékrendnek.

Társadalmi fejlődésünket tekintve, várhatóan a munkaérték tekintetében is az a tendencia erősödik majd, amelyben a lét-fenntartó tevékenységet mindinkább az emberi-társadalmi létet kiteljesítő tevékenység váltja fel. A megélhetésért végzett munka egyre inkább személyiség- és közösséggazdagító tevékeny-séggé alakul át. Tömegkommunikációnknak a munkaérték kultivá-ció során ezt a folyamatot kell szolgálnia, szemben a munka pusztán anyagi javak mennyiségét termelő ábrázolásával. A mun-ka hagyományos jelentésének kereteit kitágítva, sokkal többet kell tennünk annak tudatosítása érdekében, hogy minden olyan tevékenység, amely az emberi személyiség és a közösség gazda-godását eredményezi, a társadalom közös ügye és egyetemes cél-ja.

Tömegkommunikációnknak meglehetősen nagy léptekkel kell haladnia ahhoz, hogy jelenlegi pozíciójából az imént vázolt követelményeknek megfelelő pozíciót elfoglalhassa. Az olyan tömegkommunikációs tartalmak súlyát kell növelnünk, amelyek nem redukálódnak pusztán a termelőmunkára, hanem - miközben olyan aktuális érdekeket is kielégítenek, mint a lakosság "gazdasági kultúrájának" szélesítése - magas szinten képesek ábrázolásukban legalábbis közelíteni a létfenntartó és lét-kiteljesítő tevékenységek jelentőségét. Szerencsére van példa erre az utóbbira, mind a televízió, mind a rádió műsoraiban, mind pedig a sajtó közléseiben.

Nem nehéz megjósolni, hogy a gazdag és alkotó emberi közösség /amelynek építését ugyancsak munkaként kell felfognunk/ társadalmi értékrendünk egyik legalapvetőbb célértékévé emelkedik az előttünk álló években, évtizedekben. Ezt az elsődlegesen a politika szférájához tartozó közösség-értéket a sajtó, a rádió, a televízió kiemelkedő társadalmi fontosságának megfelelően gondolja, bár gyakran célt téveszt. Olykor, ahelyett, hogy a társadalmi viszonyok kereszteződésében ténylegesen létrejövő, valóságos közösségeket állítaná a figyelem középpontjába, maga próbálja közösséggé erőltetni a közönségnek is csak lazán szerveződő állampolgárokat. /Villany-szavazás./

Nem lennénk teljesen igazságosak ugyanakkor, ha nem említenénk meg azokat a legutóbbi években tapasztalható igéretes törekvéseket, amelyekkel tömegkommunikációnk - ha néha még bátortalanul is - felkarolni igyekszik a főleg fiatalokból robbanásszerű erővel kitörő igényt, az új közös erővel létrehozott igazi közösségek iránt. Meggyőződésem, hogy a sajtó, a rádió, és a televízió ott tehet legtöbbet a kollektivitás eszméjének és gyakorlatának, mint társadalmi értéknek fel erősítésében, ahol a konkrét, önként vállalt, valódi közösségek életéhez köti érveit, politikai és művészi mondanivalóját.

De tárgitsuk ki most e közösséget a nemzet, a haza határáig. Tömegkommunikációnknak az ezzel kapcsolatos értékeket is érvényesítenie kell társadalmunk konkrét körülményei között, számolva a múlt hatásának számtalan negatív értékével, nemzeti önszemléletünk számtalan szindrómájával és korszerűtlenségével, önértékelésünk fel-felbukkanó túlzásaival és hibáival is, valamint más, ismert nehézségekkel.

A tömegkommunikációnak - sajátosságainál fogva - más társadalmi intézményeknél is nagyobb lehetősége van arra, hogy a nemzet és a hozzá fűződő valamennyi érték minél több új minőséget integráljon magába, önmagához, más nemzetekhez és a világhoz való viszonyában, a szocialista haza, a proletár internacionalizmus, és az emberiség egyetemes érdekeinek alapján.

A műveltség, a művelődés, mint fontos érték kultivációjáról szólva jó szándékú, bár nem eléggé tudatos és tudományosan megalapozott, átgondolt törekvésekről számolhatunk be.

A szocialista építés első évtizedeiben a társadalmi és a termelési szerkezet gyors változásai közepette, a társadalmi felemelkedés leginkább járható útja a legtöbb ember számára a tanulás, a szakképzettség megszerzése, a művelődés volt. A képzettség és a műveltség e presztízse a 60-as évek közepétől bizonyos változásokon esett keresztül és gyengülni látszott. Mostani gazdasági feladataink eredményes megoldásának viszont egyenesen nélkülözhetetlen feltétele a lakosság képzettségi-műveltségi szintjének további gyors emelése. A rugalmas gazdasági átalakulás, a szerkezetváltás, például a legszorosabb összefüggésben áll a szakmaszerkezet szükséges változásaival, a konvertálható tudással. E ponton a gazdasági feladatok nemcsak meghatározóan függnek össze az oktatási rendszerrel, műveltségi szinttel, hanem az oktatási rendszer és kultúrális élet megfelelő hatékonysága, a gazdasági feladatok végrehajtathóságának előfeltételévé is vált. Ugyanigy a gazdasági fejlődés intenzív szakasza által támasztott minőségi követelmények általában magasabb átlagos műveltségi-felkészültségi követelményt támasztanak. E tömeges igény mellett növekvő a legmagasabb képzettséggel-felkészültséggel rendelkezők szűkebb köre iránti igény is. Az oktatáspolitikai irányelvek gyakorlati megvalósulásának problémáira nem kívánok kitérni. A műveltségértékekkel kapcsolatban a tömegkommunikációnak legalább hármas funkciót kell betöltenie. Egyrészt közvetlenül tanítania, oktatnia kell olvasóinak, hallgatóinak, nézőinek tömegeit, másrészt egy korszerű, általános műveltség elemeit kell beléjük táplálnia. Harmadrészt bizonyítania kell, hogy az egyén csak is egy bizonyos alapműveltség birtokában válhat a közösség teljes jogú tagjává, teljes életű emberré. Ugy érzem, a tömegkommunikáció és elsősorban a televízió e téren jóval lehetőségei alatt marad. Egy meglehetősen alacsonyfokú, ámbar "egyenlőségre törekvő" közérthetőség érdekében feláldozza sokszor legjobb erőit is, mennyiséget és szabványt adva leggyakrabban.

A jövőt gyakran emlegetjük, ha talán nem is Tamkó Sirató Károly Jövőbúvárok-jának szavaival, de abban a reményben, hogy: "új izommal, új anyaggal, új vonallal, új mámorral más lesz minden, más lesz minden". A múlttal - sajnos - ritkábban tesszük ugyanezt, pedig az ismert intés is a múlt hibáinak emlékezetben tartására és ezzel elkerülésükre figyelmeztet bennünket. E téren a tömegkommunikációnak nagyon nagy lehetőségei vannak. Ugy tűnik műhelyeink élnek is ezekkel. A direkt történelmi ismeretterjesztés, a jelen eseményeinek értékeivel való megismertetés mind hozzájárul a közönség egyre szélesebb körében a történelmi emlékezet erősödéséhez, plasztikusabbá válásához. A befogadásra is nagyobb esély mutatkozik, hiszen a történelmi tényekkel csak ismerkedni kell, nem szükséges azonosulnunk velük. Bár minden történelmi ismeret és tudásanyag a saját magunkkal való szembenézés reális alapjainak megteremtését is szolgálja egyben, s így fel kell tételeznünk az identifikációt. De van mit javítani, hisz a történettudomány ideológikus szerepének betöltéséhez akkor járulhat hozzá igazán a tömegkommunikáció, ha már a kutatás folyamatában az eltérő vélemények ütköztetésébe is beavatja a közönséget, sőt ha aktív részesévé teszi a közösen értékelő folyamatnak.

Hogy érdemes-e beszélni a tömegkommunikáció jövőképtünket formáló feladatairól, az azt hiszem egy percig sem lehet kétséges. Bár gyakran hangzik el a szkeptikus vélemény: ugyan ki tudja megjósolni, milyen lesz a világ mondjuk 2000-ben? Pedig az idő közeli és a teendő az emberiség előtt, előttünk is hatalmas. Minden lehetőségünk megvan arra, hogy az ember és társadalom a gazdagabb és jobb lét felé haladjon. Igaz, hovatovább az ellenkezőjére is. A társadalom egy része viszont - és éppen a legfontosabb része - higgadt, bizakodó természetességgel már erre a jövőre készül, ebben a jövőben él, s nekünk mai felnőtteknek, időt, mi több, gondot kel fordítanunk arra, hogy gyermekeink, tanítványaink, neveltjeink teljességgel élvezhessék is ezt a jövőt.

A század, és méginkább korszakunk dinamikus átalakulásának, változásának, egyszóval fejlődésének élményét, társadalmunk jövőképét nem tekinthetjük másként, mint a tömegkommunikáció egész tevékenysége keretét, leglényegét, hiszen gyakorlatilag valamennyi, az előbbieken már említett érték a jövőre mozgósít és abban leli meg értelmét is.

A "fejlődés" és a "jövő" érték változásának világtendenciáját az erről gondolkodók a következőképpen jellemzik: a jövő a fejlett nyugati társadalmak tudatában kezd semlegessé válni vagy átkerülni a negatív értékek szférájába, pedig sok évszázadon át az egyik legpozitívabb értéket képviselte. E társadalmaknak nincs világos és adekvát programja, elfogadható létforma elképzelése, elérendő célja. Jelene az anyagi jólét lehetőségei mellett az értékek általános válságát mutatja. Ezt a tendenciát még tovább mélyítik az időről időre feltüzesedő nemzetközi feszültségek, a mesterségesen betáplált katasztrófavíziók, a felkorbácsolt hisztérikus félelem, a háborús pánik.

Vajon mi a helyzet nálunk? Itthon a fejlődés lehetősége még dinamikus húzóerőt jelent. Nemcsak azért van ez így, mert még az anyagi javak viszonylagos bőségétől távol állunk, vagy mert lassabban éreztetik hatásukat más objektívnek mondható tendenciák, hanem azért is, mert a szocialista társadalom jellegéből fakadóan erőteljesebben jövőre orientált. Ez a társadalmi formáció ugyanis nem csupán az anyagi gazdasági fejlődést tűzte ki célul, hanem az egyelőre még korlátlan fejlődési lehetőségeket nyújtó, emberi- közösségi kiteljesedést.

A tömegkommunikációs tartalmak megfigyeléseim szerint a múlt viszonylagosan határozott kezelésével szemben a felidézettek ellenére is óvatosabbak, bátortalanabbak, ha a jövőbe kell tekinteniük. Lehetséges, hogy nem akarnak jóslásokba bocsátkozni /bár a jövőkép felvázolása egyáltalán nem nevezhető pusztán jóslásnak!/, vagy túlságosan leköti figyelmüket a jelen és a közeljövő. Valószínűsíthető az is, hogy a tömegkommunikáció mint "tudati stabilizátor" elsődlegesen a kiegyen-

súlyozottságot és jobb esetben is a folyamatosságot tükrözi és gondolja önkéntelenebbül.

Az új iránti fogékonyságnak, a jövőnek viszont sokkal nagyobb értéktöltése van a mi társadalmunkban, amit a sajtónak, rádiónak, televízióknak nemcsak sugallnia, hanem erősítenie, támogatnia, érthetővé és elfogadottá kell tennie. Egy, a rádiózás fejlesztéséhez elkészített prognosztikai elemzésből idézve, egyetértőleg fogalmazhatjuk meg magunk is: "a tömegkommunikációs rendszer egyre fontosabb feladatává válik, hogy gazdag, színes és differenciált jövőképet építsen be a társadalmi tudatba. Ennek a jövőképnak magában kell foglalnia a szocialista társadalom távlati céltételezéseit, de ugyanakkor elég konkrétnek, árnyaltnak és élettel telinek kell lennie ahhoz, hogy a legszélesebb tömegek mindennapi életvitelében orientációs szerepet tölthessen be."

A jelenből a jövőbe haladó átmenetnek persze természetesen adódnak olyan problémái is, amelyeket nyugodtan a folyamatos értékváltozások kategóriájába sorolhatunk. Napjainkban éppen sok nehézséget jelent a tömegkommunikáció számára a stabilitásnak, a biztonságnak, a kiegyensúlyozottnak és a többi értékhez való viszonyuknak a változását, átalakulását megfelelően ábrázolni úgy, hogy eközben a tömegkommunikáció ne veszítse el a harmónia, a statika és a dinamika dialektikus fonálát sem. Ez azért is összetett feladat, mert eddig a fejlődésről jobbra úgy beszéltünk, mint egy nagyjából egyenes és egyenes vonalú társadalmi jellemzőről. Most pedig azt kell elfogadtatnunk, hogy a megváltozott gazdasági környezet változásokat igényel, változhatatlannak megismerttetett "értékeink" tekintetében is.

Befejezésül hadd hívjam fel ismét a figyelmet arra, amivel a legelején kezdtem: a tudatos és következetes érték gondolás talán a legösszetettebb, sok más körülménytől is erőteljesen befolyásolt, nehezen áttekinthető és tervezhető feladata a tömegkommunikációnak. Különösen megnöveli a tömegkommunikáció sze-

repét és felelősségét az a tény, hogy az értékek a társadalom mindig változó, alakuló szükségleteiből és érdekeinek sokszor konfliktusos szövetéből alakulnak ki, s miközben visszahatnak forrásvidékeikre, maguk is átalakulnak. Ezért is használtuk az értékformáló, érték tisztító funkció elnevezést, mert a tömegkommunikáció nem maga termel értékeket, nem maga determinálja az életmódot, hanem minden esetben már létező értékeket, már gyakorolt életviteleket gondoz, népszerűsít, tisztít és formál, vagy éppen nyeseget.

Végül a tömegkommunikáció - mint tudjuk - nem egyedüli tényezője a társadalom alapértékei, az elsődleges vagy még csak csirájában, de már jelenlevő szekunder értékek ápolásának folyamatában, de sajátos adottságainál /tervezhetőség, tömegesség, közvetettség/ fogva jelentős eszköz a társadalom-irányítás kezében. Nem véletlenül hangsúlyozza pártunk XII. kongresszusának határozata: "A sajtó, a rádió, a televízió fordítson nagyobb figyelmet a hiteles, gyors tájékoztatásra. Segítse céltudatosabban a dolgozók képzettségének, műveltségének emelését, kulturális igényeinek kielégítését. Vállaljon felelősen részt a szocialista tudat fejlesztésében, a közvélemény formálásában, a közéleti demokrácia erősítésében."